



EU, Confiante!

Workshops Escolares
para a Confiança Corporal



SESSÃO ÚNICA

Guia do Professor

Resultados da aprendizagem:

Neste workshop os alunos irão:

- **Compreender o conceito de ideais de beleza** e de onde vem a pressão para os alcançar.
- **Desenvolver literacia mediática**, explorando como as imagens e mensagens, desde os anúncios publicitários ao cinema e às redes sociais, são frequentemente manipulações da realidade.
- **Desenvolver estratégias para resistir às pressões sobre a aparência**, evitar comparações, desafiar ideais de beleza e construir confiança corporal.

Recursos que irá necessitar:

MATERIAIS DA SESSÃO ÚNICA

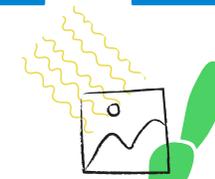
- **Guia do Professor**
- **Apresentação do workshop**
- **Três fichas de atividade** (um conjunto por aluno)
- **Cartões de debate** (uma página partilhada entre seis grupos pequenos - ver página 4 das fichas de trabalho)
- **Opcionais: Cartões de definições** (uma página partilhada entre quatro grupos pequenos)
- **Vídeos de estímulo:**
 - Ideais de Beleza
 - Dove: Selfie
 - Dove: Mudar Uma Coisa
 - Cartoon Steven Universe

DA SUA ESCOLA

- **Projektor e quadro branco**
- **Uma caneta para cada aluno**
- Irá necessitar de pesquisar exemplos de anúncios publicitários. É importante selecionar anúncios que sejam relevantes para a sua turma, tanto para rapazes como raparigas. Deverá ter como objetivo encontrar dois exemplos, um que utilize uma celebridade a promover um produto destinado à faixa etária dos seus alunos, e outros exemplos que publicitem produtos diferentes. Pode ser útil efetuar uma pesquisa online por famosos populares, utilizando o termo de pesquisa seguinte: [inserir nome da celebridade] ANÚNCIO.

Opcionais

- **Folhas brancas A4 para partilhar**
- **Flipchart e marcadores**



Síntese do Workshop



Tempo Total: 45 Minutos

Pág.
05

Introdução às Pressões sobre a Aparência

10 Minutos

Introdução e regras básicas do workshop

O que são pressões sobre a aparência?

Qual a origem da pressão?

O que quer dizer *media*?

O que vamos aprender hoje?

Pág.
10

Comunicação e Publicidade

20 Minutos

Como se podem manipular as imagens?

Porque costumam os *media* na comunicação e publicidade ser criados deste modo?

Que problemas pode isto causar?

O que podemos fazer?

Pág.
16

Partilha de imagens em redes sociais

10 Minutos

O que vamos aprender hoje?

Que problemas podem surgir quando nos comparamos com outros?

Será que outras pessoas podem ser manipuladas pelas imagens criadas por ti e pelos teus amigos?

Que problemas pode isto causar?

O que podemos fazer?

Pág.
22

Compromisso Pessoal

5 Minutos

O que aprendemos hoje?

Sê um defensor da mudança

Parabéns!

Como Utilizar Este Guia

Resultados da aprendizagem
Aquilo que os alunos deverão alcançar no final do segmento.

Ajudas visuais e objetivos de aprendizagem
Para o auxiliar na condução e comunicação do workshop com eficácia.

Partilha de Imagens nas Redes Sociais



10 Minutos

Duração Sugerida
Reflete a importância relativa de cada segmento para alcançar os resultados de aprendizagem e melhorar a confiança corporal dos alunos, mas poderá ser adaptada às necessidades da sua turma.

Até ao final deste segmento, os alunos terão desenvolvido estratégias para resistir a pressões sobre a aparência evitando fazer comparações no seu dia a dia. Irão ganhar literacia mediática, explorar como as imagens partilhadas nas redes sociais são frequentemente manipulações da realidade, combater as pressões sobre a aparência na partilha de imagens em redes sociais e construir confiança corporal.

Slide



Os alunos resumem aquilo que aprenderam até ao momento na sessão, e é-lhes lembrado aquilo que irão aprender em seguida.

Ações do Professor
Respostas Pretendidas

Convide um ou dois alunos a resumir aquilo que aprenderam até agora em nome da turma.

Lembre os alunos quais os próximos pontos do workshop e aquilo que irão aprender em seguida.

O que acham que esta animação mostra?

Mostra diferentes pessoas em diferentes momentos ao longo da história.

Notas do Professor

Esta é uma boa altura para fazer um resumo daquilo que foi aprendido até agora, e salientar o progresso efetuado pela turma.

Pode ser útil lembrar aos alunos a definição de partilha de imagens em redes sociais, mencionada anteriormente na sessão.

Notas do Professor
Ideias e orientações para otimizar a eficácia do workshop nos alunos.

Ações do Professor

Pontos principais sem itálicos realçam questões importantes a colocar aos alunos, para assegurar que os conceitos-chave do workshop são abordados com o máximo impacto na confiança corporal. Textos em itálicos indicam instruções auxiliares na estruturação de atividades do workshop, e.g. onde deve exibir vídeos ou utilizar as fichas de atividade. Estas podem ser adaptadas por si às necessidades específicas da sua turma.

Respostas Pretendidas dos Alunos

Para o ajudar a orientar as respostas dos alunos, e desse modo desenvolvam a sua compreensão ao longo deste workshop e maximizem o impacto na sua confiança corporal.

16

Introdução às Pressões Sobre a Aparência



10 Minutos

Até ao final deste segmento, os alunos terão compreendido o conceito de ideais de beleza e de onde vem a pressão para corresponder a eles.

Slide	Ações do Professor <i>Respostas Pretendidas</i>	Notas do Professor
 <p>Os alunos são recebidos no workshop.</p>	<p><i>Dê as boas-vindas aos alunos.</i></p> <p>Opcional <i>Poderá efetuar um exercício rápido de mãos no ar, perguntando aos alunos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sabem o que significa confiança corporal? • Sabem como melhorar a confiança no vosso corpo? <p><i>Repetir estas questões no final da sessão irá permitir-lhe demonstrar o progresso efetuado pela turma.</i></p>	
 <p>Os alunos compreendem as regras do workshop e estão confortáveis em ser participantes ativos.</p>	<p><i>Explique as regras básicas e ajude a criar um ambiente acolhedor e sem juízos de valor.</i></p> <p><i>Vale a pena perder algum tempo a assegurar-se que todos colaboram voluntariamente no cumprimento destas regras e, caso necessário, ajuste-as de acordo com as necessidades da sua turma.</i></p>	

Slide



Os alunos assistem a uma animação que mostra a evolução de diferentes ideais de beleza em homens e mulheres ao longo dos anos.

Eles compreendem que a definição daquilo que é considerado 'bonito', 'elegante' e 'atraente' está em constante mudança e difere ao longo do tempo, entre países e culturas.

Eles têm consciência que atualmente todos continuamos a sentir a pressão de corresponder a esses ideais.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Reproduza a animação.

- **O que acham que esta animação mostra?**

Mostra diferentes pessoas em diferentes momentos ao longo da história.

Oriente os alunos num jogo rápido de descobrir as diferenças.

- **Olhando para todas as imagens, que diferenças reparam entre elas?**

Contrastes entre as diferentes imagens, e.g. cinturas mais finas ou corpos mais curvilíneos, roupas formais ou roupas casuais e tatuagens.

- **Se todas estas imagens representam ideais de beleza, porque acham que todas elas são diferentes?**

Os ideais de beleza são muito diferentes e estão em constante mudança ao longo do tempo, entre países e culturas. Nunca se mantêm iguais.

- **Pensam que atualmente ainda sentimos pressões para nos parecermos e vestirmos de um determinado modo?**

Sim, atualmente continuamos a sentir essas pressões.

Notas do Professor

Explique que todas estas imagens representam ideais de beleza: aquilo que era considerado bonito, elegante e atraente em diferentes alturas do passado.

Incentive os alunos a fazer comentários específicos sobre as diferenças entre essas imagens.

Oriente os alunos para áreas específicas das imagens de modo a chamar a atenção para as diferenças.

**Ideais de Beleza**

O modo como a nossa cultura nos diz qual a aparência ideal num determinado momento.

**Pressões sobre a Aparência**

Pressões que sentimos para corresponder a um ideal de beleza e sermos bonitos, elegantes e atraentes.

Slide



Os alunos compreendem que as pressões para sermos bonitos e atraentes estão por toda a parte e manifestam-se de vários modos, desde a sociedade, aos meios de comunicação, publicidade e redes sociais, até à família, amigos e colegas.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Conduza um debate alargado com toda a turma, chamando voluntários para responder. Peça uma ou duas respostas:

- **De onde acham que vem a pressão para sermos bonitos e atraentes? Onde vemos ou ouvimos mensagens sobre o modo como deve ser a nossa aparência?**
Sociedade, meios de comunicação, publicidade, redes sociais, família, amigos e colegas.

Notas do Professor

**Ideais de Beleza**

O modo como a nossa cultura nos diz qual a aparência ideal num determinado momento.

**Pressões sobre a Aparência**

Pressões que sentimos para corresponder a um ideal de beleza e sermos bonitos, elegantes e atraentes.

Slide

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Notas do Professor



Crie uma 'cadeia de respostas': dando a volta à turma sem repetir o mesmo aluno, cada um enumera à vez um exemplo de *media*, até que todos tenham dado um exemplo. Quantos exemplos consegue obter?

Lembre aos alunos para pensarem nos *media* como palavras, imagens e vídeos, e para considerarem a grande variedade de tipos de *media* existentes.

- **Quantos diferentes exemplos de *media* conseguem identificar?**

Quaisquer exemplos de *media* tais como filmes, programas de televisão, anúncios, sites específicos de redes sociais, revistas, etc.

Registe as ideias dos alunos no quadro.



- **Quais destes exemplos de *media* são feitos por profissionais?**

Programas de televisão, filmes, videoclips, anúncios, jogos de computador.



Comunicação e Publicidade

Imagens, mensagens e vídeos produzidos por empresas ou negócios, e transmitidos através de meios de comunicação tais como programas de televisão, revistas, publicidade, filmes e videoclips.



- **Que *media* são criados por vocês e pelos vossos amigos?**

Fotos, vídeos, comentários, selfies, mensagens e textos (frequentemente nas redes sociais).

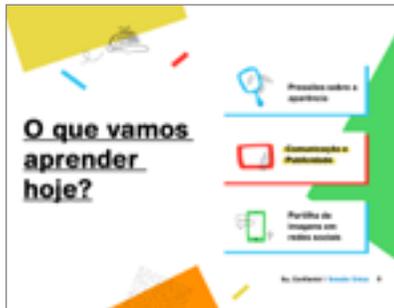


Partilha de imagens em redes sociais

Imagens, mensagens e vídeos criados por ti e pelos teus amigos, e partilhados pessoalmente, online ou através das redes sociais.

Os alunos exploram o que significa *media*. Podem enumerar diferentes tipos de *media* e dividi-los em duas categorias: comunicação e publicidade, e a partilha em redes sociais.

Slide



Os alunos compreendem que a sessão se irá focar nos *media* como origem de pressões sobre a aparência.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Explique aos alunos aquilo que irão aprender hoje.

Notas do Professor

**Pressões sobre a Aparência**

Pressões que sentimos para corresponder a um ideal de beleza e sermos bonitos, elegantes e atraentes.

**Comunicação e Publicidade**

Imagens, mensagens e vídeos produzidos por empresas ou negócios, e transmitidos através de meios de comunicação tais como programas de televisão, revistas, publicidade, filmes e vídeoclips.

**Partilha de imagens em redes sociais**

Imagens, mensagens e vídeos criados por ti e pelos teus amigos, e partilhados pessoalmente, online ou através das redes sociais.

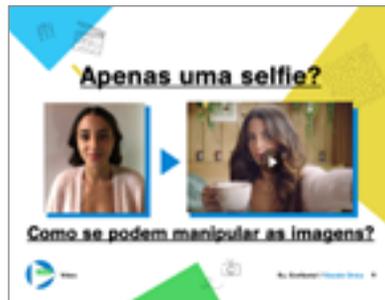
Comunicação e Publicidade



20 Minutos

Até ao final deste segmento, os alunos terão ganho competências de literacia mediática explorando como as imagens e mensagens na comunicação e publicidade são habitualmente manipulações da realidade. Terão desenvolvido algumas estratégias para enfrentar as pressões sobre a aparência, evitando fazer comparações e combatendo os ideais de beleza na comunicação e publicidade.

Slide



Os alunos irão articular modos como as imagens na comunicação e publicidade podem ser manipuladas através de técnicas de edição de imagem, *styling* e produção.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Explique que iremos começar por explorar o modo como as imagens e mensagens na comunicação e publicidade podem ser uma fonte de pressões sobre a aparência.

- **O que significa para vocês a palavra ‘manipulação’?**

*Editar ou alterar algo, como por exemplo a aparência da pessoa nos *media*.*

- **De que modo são manipuladas ou alteradas as imagens de pessoas nos *media*?**

As respostas gerais dadas serão: através do photoshop ou programas de edição de imagem, iluminação, maquilhagem, escolha das melhores fotos entre as muitas tiradas.

Organize a turma em pequenos grupos e reproduza o filme ‘Dove: Selfie’.

Enquanto o filme é exibido, distribua a cada aluno a ficha com os Cartões de Debate. Quando o filme terminar, atribua a cada grupo um número de 1 a 6.

Após o final do filme, diga aos alunos para voltarem os seus cartões para cima e lerem a questão que lhes foi atribuída com base no número do seu grupo. Volte a exibir o filme e instrua os alunos para discutirem em cada grupo a questão do seu Cartão de Debate.

Seguindo a ordem numérica, analise o ponto de debate de cada grupo.

Notas do Professor

Slide



Os alunos irão reconhecer ou enumerar os diferentes modos como a imagem do filme foi manipulada. Serão capazes de explicar porque razão é injusto e irrealista para eles próprios ou para outros efetuar comparações com imagens manipuladas que veem na comunicação e publicidade.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

1. O que acharam surpreendente, irreal ou desagradável sobre o que viram no filme?

Supreendidos com tantas alterações e quão diferente ficou a modelo entre o início do filme e a foto publicada nas redes sociais.

2. Enumerem todas as decisões que foram tomadas sobre a imagem antes das fotos serem tiradas.

Por exemplo, foi escolhido um fotógrafo, a modelo foi selecionada com cuidado, o cabelo foi arranjado, foi aplicada maquilhagem e foi utilizada iluminação profissional.

3. Enumerem todas as decisões que foram tomadas sobre a imagem depois das fotos serem tiradas.

Foi escolhida apenas uma foto, as manchas e pontos da pele foram apagados, o tom de pele foi uniformizado, o pescoço foi alongado, aumentaram o volume do cabelo, as sobrancelhas foram levantadas, os olhos foram aumentados e os dentes foram clareados.

4. Pensem como a imagem da modelo foi transformada da realidade. Como se sentem ao ver estas alterações irrealistas?

Sentimentos de surpresa e indignação, de terem sido enganados e iludidos.

5. Porque acham que as imagens irrealistas que viram no filme são injustas e enganadoras?

Não é mostrada às pessoas a verdade sobre a imagem real das fotos antes de serem manipuladas, o que pode levá-las a acreditarem em algo na comunicação e publicidade que é mentira.

6. Porque acham que é irrealista e injusto que vocês ou os vossos amigos se comparem com imagens manipuladas de pessoas que veem na comunicação e publicidade?

A maioria das pessoas não são modelos nem têm maquilhadores, estilistas nem editores de imagem profissionais que as façam parecer perfeitas, por isso é como se comparássemos coisas de níveis totalmente diferentes, o que não é justo.

Notas do Professor

Os Cartões de Debate são uma boa oportunidade para tornar cada sessão diferente. Corte os cartões e distribua-os a cada grupo voltados para baixo. A Questão 1 é a mais fácil, e vão aumentando de dificuldade - sendo a Questão 6 a mais difícil. Diga aos alunos para os voltarem para cima no final do filme. Pode ser também útil pedir a cada grupo para pensar em pelo menos três respostas para a sua questão.

Questões 2 e 3: Peça aos alunos para serem específicos sobre que alterações são feitas para cada técnica identificada.

Questão 6: Caso não tenha exibido o filme uma segunda vez, pode agora fazê-lo antes de colocar esta questão.

Slide



Os alunos irão enumerar vários modos como as imagens na comunicação e publicidade podem ser manipuladas através de técnicas de *airbrushing*, *styling* e produção.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Utilize o slide para sintetizar os pontos anteriormente discutidos e partilhar quaisquer outros que os alunos se tenham esquecido.

Dirija-se à turma como um todo e coloque a questão final:

- **O que diriam a um amigo para o convencer que não se deve comparar com as imagens manipuladas usadas na comunicação e publicidade?**

As imagens na comunicação e publicidade são irrealistas; foram cuidadosamente criadas e manipuladas; não é justo fazer comparações com imagens manipuladas; incentivar a pesquisa na internet do nível de manipulação de imagem que é utilizado na comunicação e publicidade; sugerir observar 'pessoas reais' e perceber quão diferentes (entre nós) todos somos, e encorajar todos nós a darmos valor àquilo que nos torna únicos.

Termine com uma votação de turma, onde os alunos irão demonstrar o seu compromisso em mudar a forma como reagem a imagens que veem na comunicação e publicidade.

- **O que vamos fazer sobre aquilo que aprendemos? Levantem a mão se prometem mudar a forma como reagem às imagens que veem na comunicação e publicidade.**

Notas do Professor

Votar permite aos alunos demonstrar o seu compromisso pessoal em mudar a forma como consomem media (e.g. não se comparando com imagens utilizadas na comunicação e publicidade). Efetuar um compromisso pessoal ajuda os alunos a alterar o seu modo de pensar e o comportamento.

Slide



Os alunos irão reconhecer que as imagens na comunicação e publicidade (em especial na publicidade) refletem ideais de beleza atuais como modo de promoverem os seus produtos e serviços.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Explique que agora, depois de terem explorado como as imagens na comunicação e publicidade são habitualmente manipuladas, vão analisar as mensagens que costumam acompanhar essas imagens.

- **Mostre à turma os seus anúncios.**

Oriente rapidamente os alunos através das questões-chave para cada exemplo, encorajando uma resposta de toda a turma.

Mostre a sua seleção de anúncios em simultâneo com o slide da apresentação. Pode encontrar mais detalhes sobre o tipo de anúncios a procurar na lista dos seus materiais, na pág. 2.

- **O que está a ser vendido neste anúncio?**

- **Quem está a ser utilizado para o vender?**

As respostas dos alunos irão depender dos anúncios que selecionar.

- **Porquê utilizar uma pessoa com esta aparência?**

Tem uma aparência bonita e atraente, e é popular entre o público que gostaria de comprar o produto.

- **Porquê manipular a foto desta pessoa para a aproximar da 'aparência ideal'?**

Se o anúncio for a um produto, para parecer que ele funciona tão bem como é prometido no anúncio (e.g. loção para tornar o cabelo brilhante; creme para a pele) ou para vender a aparência como parte integrante de um estilo de vida 'ideal' que as pessoas podem alcançar com a ajuda do artigo.

- **Qual é a mensagem geral deste anúncio?**

A mensagem geral do anúncio é 'se comprares este produto irás estar mais próximo do nível de beleza desta pessoa / de alcançar o seu estilo de vida'.

Notas do Professor

Repita agora as questões para o segundo anúncio que selecionou.

Tente responder a todas estas questões para pelo menos dois anúncios, de modo a permitir que os alunos tenham tempo para refletir sobre o modo como os anúncios são criados.

Ajude os alunos a perceber que os anúncios são criados para encorajar o público a comparar-se com a personalidade que nele aparece. Os anúncios costumam sugerir que, ao comprar aquele produto ou serviço, as pessoas podem aproximar-se da aparência ou estilo de vida ideal que é promovida, apesar disso ser normalmente irrealista e injusto tendo em conta a frequente manipulação das imagens.

Slide



Os alunos irão reconhecer que têm por hábito compararem a sua aparência ou a dos seus amigos com as imagens que veem na comunicação e publicidade, com consequências negativas.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Peça aos alunos para pensarem na questão seguinte, discutirem-na dois a dois e depois partilharem as conclusões com os restantes colegas. Coloque a questão e dê-lhes algum tempo para pensarem sozinhos, antes de a discutirem rapidamente com os seus parceiros e em seguida com a turma.

- **Quando alguém da vossa idade vê estas imagens manipuladas, como é que isso vos faz sentir sobre vocês próprios?**

Registe as ideias da turma no quadro.

- **Porque é que isto poderá fazer com que algumas pessoas se sintam mal?**

Isto pode fazer com que as pessoas se sintam tristes, inadequadas, inseguras e que não são suficientemente boas.

É difícil não comparar a nossa aparência com as imagens que vemos na comunicação e publicidade.

Isso pode fazer com que nos sintamos mal sobre nós próprios, e que não estamos à altura destes ideais de beleza. Depois de percebermos que as imagens são manipuladas, isso também nos faz sentir mal - sentimo-nos enganados e percebemos que estamos a tentar ser algo que é inatingível.

Realize uma votação de turma.

- **Levantem a mão se pensam que todos nós devemos contestar as imagens na comunicação e publicidade. Porquê?**

Todos devemos contestar as imagens manipuladas porque estas não são reais e somos encorajados a comparar a nossa aparência com elas, fazendo com que nos sintamos mal; eles costumam fazer isto para nos tentar iludir, levando-nos a pensar que seremos mais bonitos ou teremos um estilo de vida mais próximo do ideal se comprarmos aquele produto ou serviço.

Notas do Professor

Tente encorajar os alunos a expressar que não existem razões para que alguém possa querer ser igual a ideais de beleza que estão em constante mudança; que se todos fossemos iguais isso não seria bom; e que valorizar aquilo que nos torna únicos é melhor do que nos compararmos com imagens de comunicação e publicidade altamente manipuladas.

Pedir aos alunos para levantarem as mãos para contestar as imagens é um passo importante na direção de se comprometerem a mudar de atitude.

Slide



Os alunos irão pensar em formas de contestar as pressões sobre a aparência que enfrentam pelos *meia* de comunicação e publicidade, primeiro através de ações práticas que podem tomar, e depois combatendo o processo de fazer comparações. Isto irá permitir que se tornem consumidores de comunicação e publicidade mais críticos.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

- **O que poderiam fazer para mostrar que não concordam com o modo como a comunicação e publicidade enfatizam um ideal de beleza irrealista?**

Os alunos poderão partilhar ideias tais como: não comprar a revista que publicite o produto; não comprar o produto; dizer a todos os seus amigos que o anúncio é falso ou enganador; boicotar o produto; escrever uma carta de reclamação à empresa, anunciante ou meio de comunicação; criar o seu próprio anúncio que não utilize manipulação; comprar produtos que utilizam técnicas publicitárias responsáveis.

Instrua os alunos para efetuarem a Ficha de Atividade 1, onde irão trabalhar em pares para criar uma encenação.

Sugira aos pares que ensaiem uma ideia para cada tipo de comunicação e publicidade.

Notas do Professor

Pode ser útil partilhar um exemplo. Um exemplo é o de Julia Bluhm, uma rapariga americana de 14 anos que criou uma petição online, que resultou no compromisso de uma grande e popular revista direcionada ao público adolescente em não retocar o corpo e cara dos modelos que utilizam.

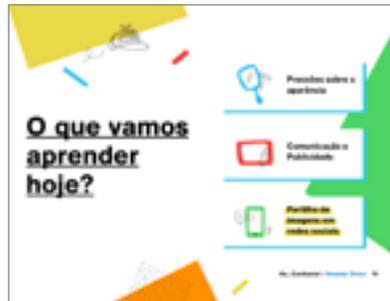
Partilha de Imagens em Redes Sociais



10 Minutos

Até ao final deste segmento, os alunos terão desenvolvido estratégias para resistir a pressões sobre a aparência evitando fazer comparações no seu dia a dia. Irão ganhar literacia mediática, explorar como as imagens partilhadas nas redes sociais são frequentemente manipulações da realidade, combater as pressões sobre a aparência na partilha de imagens em redes sociais e construir confiança corporal.

Slide



Os alunos resumem aquilo que aprenderam até ao momento na sessão, e é-lhes lembrado aquilo que irão aprender em seguida.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Convide um ou dois alunos a resumir aquilo que aprenderam até agora em nome da turma.

Lembre os alunos quais os próximos pontos do workshop e aquilo que irão aprender em seguida.

Notas do Professor

Esta é uma boa altura para fazer um resumo daquilo que foi aprendido até agora, e salientar o progresso efetuado pela turma.

Pode ser útil lembrar aos alunos a definição de partilha de imagens em redes sociais, mencionada anteriormente na sessão.

Slide



Os alunos irão compreender que comparar a nossa aparência com a de outras pessoas é algo que faz parte da nossa natureza e que fazemos de forma automática, mas que nos prejudica e nos pode fazer sentir mal.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Explique que a turma irá explorar brevemente como as pessoas não se comparam apenas com as imagens na comunicação e publicidade. Na verdade, as pessoas no seu dia a dia fazem frequentemente comparações com base na sua aparência.

Reproduza o filme 'Dove: Mudar Uma Coisa'.

- **O que é que este filme nos mostra sobre o modo como nos comparamos com outras pessoas?**
- **Qual pensam que será o impacto de compararmos a nossa aparência desta forma?**

Isto pode fazer-nos sentir mal, é um processo inútil porque ninguém se sente feliz - toda a gente quer algo que não tem.

Efetue uma rápida votação de turma.

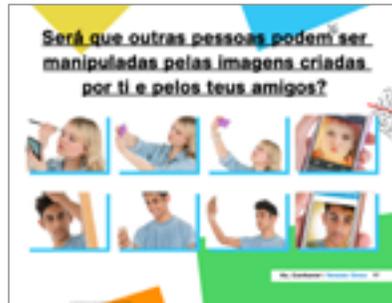
- **Levantem a mão se pensam que todos devemos diminuir a pressão de termos uma determinada aparência nos *media* que fazemos?**

Explique que é normal que nos comparemos com as pessoas que vemos no dia a dia e com as imagens que vemos na comunicação, publicidade e redes sociais.

Notas do Professor

Tente provocar respostas dos alunos que demonstrem que eles compreendem que este tipo de comparação é inútil, porque enquanto todos estiverem a comparar-se com outros ninguém estará feliz ou satisfeito com os atributos que tem.

Slide



Os alunos podem descrever as formas como as imagens que fazem de si próprios ou criadas pelos seus amigos para partilha nas redes sociais podem ser manipuladas.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Explique à turma que depois de terem votado a favor de combater o processo de fazerem comparações no seu dia a dia, vão agora explorar como a partilha de imagens nas redes sociais pode ser uma fonte de pressões sobre a aparência, encorajando-nos a comparar a nossa beleza com aqueles que nos rodeiam.

Peça à turma para fecharem os olhos e pensarem.

- **Como é que vocês, os vossos amigos, ou os jovens em geral, manipulam ou alteram as imagens que partilham nas redes sociais?**

As respostas podem incluir: ângulo das selfies, utilizar filtros, poses favoráveis, selecionar e partilhar apenas as melhores imagens, escolher fotos que apenas se focam na beleza.

Diga aos alunos para levantarem a mão ou para apenas partilharem as suas respostas.

Escreva as ideias dos alunos no quadro.

Diga aos alunos para abrirem os olhos e pensarem em quaisquer pontos adicionais que possam ainda faltar.

- **Pensam que as imagens que vocês e os vossos amigos veem e partilham nas redes sociais representam a vida 'real'?**

Essas imagens não são sempre realistas - podem ser retocadas. Poderão também não representar a vida real porque foram escolhidas com cuidado e apenas mostram um instante da vida da pessoa.

Notas do Professor

Slide



Os alunos irão reconhecer que as imagens compartilhadas nas redes sociais podem contribuir para as pressões sobre a aparência que enfrentam, fazendo com que se sintam mal com eles próprios e mais conscientes sobre a sua aparência.

Eles irão compreender que também eles comparam a sua aparência diária com imagens que veem nas redes sociais, que não são representativas da vida real e portanto impossíveis de alcançar, fazendo com que se sintam pior. É injusto e irrealista compararem-se com estas imagens.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Inicie o debate em grupos pequenos. Coloque as questões e dê alguns minutos aos grupos para que as discutam entre eles, antes de partilharem as suas ideias com a toda a turma.

- **Quando alguém como vocês vê estas imagens partilhadas nas redes sociais, o que é que os pode fazer sentir?**

Tal como com as imagens de comunicação e publicidade, pode fazer com que sintam tristes e insuficientes.

- **Que pensamentos e sentimentos em relação à aparência podem surgir devido a estas imagens?**

Por se compararem com estas imagens, elas podem fazer com que quem as vê se sinta mal ou comece a pensar no quão diferente é das outras pessoas que está a ver.

- **Porque é que se compararem a aparência deles com estas imagens pode fazer com que sintam mal?**

Porque estão a comparar a aparência do dia-a-dia com imagens que não são reais, podendo levar à sensação de que não são suficientemente bons. Podem também começar a sentir que a beleza é algo mais importante do que eles são / precisam ser na realidade.

Notas do Professor

Ajude os alunos a compreender porque pode ser perturbador e prejudicial compararem-se com estas imagens, lembrando-os das formas como podem ser manipuladas nas redes sociais.

Slide



Os alunos irão criar formas de combater as pressões sobre a aparência causadas pelas imagens compartilhadas nas redes sociais.

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Explique que, agora que compreendemos quão prejudiciais podem ser as comparações, vamos pensar em modos de combater as pressões sobre a aparência causadas pelas imagens compartilhadas nas redes sociais. Isto irá ajudá-los a evitar fazer comparações baseadas na aparência.

Realize uma votação de turma.

- **Levantem a mão se pensam que todos devemos desempenhar o nosso papel em reduzir a pressão para termos uma determinada aparência nos *media* que criamos e consumimos.**

Partilhe com a turma ideias sobre como poderão alcançar isto, dividindo depois a turma em grupos de dois, deixando que tirem algumas notas caso haja tempo, antes de pedir que preencham a Ficha de Atividade 2 individualmente.

Incentive pares ou grupos a partilharem ideias entre si e depois com a turma.

Ideias podem incluir: tentar publicar um conjunto de fotografias que representem diferentes aspetos das suas vidas, algumas bonitas, outras apenas divertidas, em locais interessantes, ou fotografias artísticas, como fotos da própria sombra; tirar fotografias espontâneas, em vez de posar sempre na mesma posição; escrever comentários elogiando as características dos amigos nas fotos que publicam, em vez de comentar sobre a sua aparência; responder a quaisquer comentários negativos ou provocadores com comentários encorajadores.

Os alunos devem explicar que isto poderá ajudar as pessoas a sentirem-se melhor porque significa que elas se irão focar menos na sua aparência; as pessoas estarão menos preocupadas com provocações se souberem que os seus amigos irão compreender que nem todas as imagens precisam de ser perfeitas e irão apoiá-las com comentários encorajadores; as pessoas não se irão comparar com imagens baseadas na sua beleza; as pessoas estarão mais descontraídas com a sua própria aparência porque não existirá um ideal irrealista de beleza para alcançar.

Notas do Professor

Pedir aos alunos para levantarem as mãos para que identifiquem o seu papel na criação de mudança é um passo importante na direção de se comprometerem a agir.

Compromisso pessoal



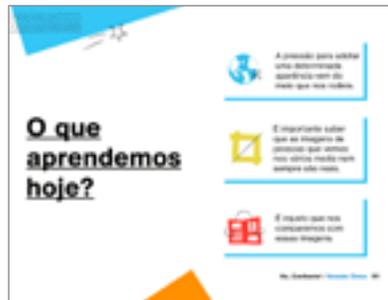
5 Minutos

Até ao final deste segmento, os alunos terão refletido sobre a sua aprendizagem ao longo da sessão e ter-se-ão comprometido a efetuar uma ação que demonstra o seu compromisso contínuo de defender a confiança corporal.

Ao longo do workshop, os alunos terão:

- Construído literacia mediática, explorando como as imagens e mensagens, desde a publicidade ao cinema e redes sociais, são frequentemente manipulações da realidade.
- Compreendido que é inútil compararem-se com imagens na comunicação e publicidade, porque estas frequentemente promovem ideais de beleza como meio de venderem os seus produtos e serviços.
- Pensado em modos de combater e rejeitar imagens e mensagens que promovem ideais de beleza.

Slide



Os alunos irão partilhar as mensagens-chave da lição de hoje.

Ações do Professor

[Respostas Desejadas](#)

Peça voluntários para ler o slide e rever o conteúdo da lição.

- **O que aprendemos no workshop de hoje?**

Convide voluntários para ler em voz alta os pontos-chave de aprendizagem do slide, e sintetize quaisquer pontos que os alunos não tenham percebido.

Notas do Professor

Slide

Ações do Professor

Respostas Pretendidas

Notas do Professor



Os alunos irão utilizar aquilo que aprenderam na sessão de hoje para assumirem um compromisso pessoal, prometendo efetuar uma ação que melhore a sua própria confiança corporal e/ou a daqueles que os rodeiam.

- **Como irão agir para combater a pressão que vocês e os vossos amigos sentem para terem uma certa aparência?**

As ideias dos alunos poderão ir desde o alterar da forma como consomem comunicação e publicidade, como criam ou consomem partilhas nas redes sociais, ou como aprendem a identificar melhor e combater a existência de ideais de beleza.

Convide um ou dois alunos a responder com as suas ideias.

Diga aos alunos para terminarem a Ficha de Atividade 3 individualmente, escrevendo uma coisa ou ação que prometem começar a fazer ou fazer de modo diferente como resultado do workshop.

Peça a um ou dois alunos para partilharem as suas ideias.

Encoraje os alunos a comprometerem-se com uma ação pequena e específica, para que lhes seja mais fácil manter o compromisso.



Agradeça aos alunos pela sua participação na sessão de hoje.

Encoraje-os para que, de agora em diante, pensem sobre estes assuntos e coloquem em prática os conhecimentos que adquiriram no workshop de hoje.

Se possível, disponibilize-se para ficar mais algum tempo na sala e tirar dúvidas adicionais a quem quiser ou para falar noutra altura com os alunos sobre os assuntos que foram debatidos.

Desenvolver os conhecimentos

O programa completo de cinco sessões oferece aos alunos a oportunidade de se envolverem de uma forma mais alargada com os conceitos explorados em **Eu, Confiante!: Sessão Única**, além de outros conceitos que influenciam a confiança no nosso corpo. A participação no programa de cinco sessões irá resultar também em melhorias duradouras e de maior dimensão na confiança corporal dos alunos. Pode encontrar a informação completa sobre os workshops e materiais em dove.com/selfesteem

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Os workshops **Eu, Confiante!: Workshops Escolares para a Confiança Corporal** costumam gerar ótimos debates na sala de aula, que se podem propagar da escola até à vida familiar dos alunos e professores. Pode encontrar mais informação para apoiar professores e encarregados de educação, inclusive materiais adicionais concebidos para melhorar a compreensão dos seus alunos sobre os conceitos abrangidos na **Sessão Única**, em dove.com/selfesteem

Adaptado de "Happy Being Me," com permissão e sob licença de Susan T. Paxton, Sian A. McLean, Shanel M. Few e Sarah J. Durkin, 2013.

